**INSTITUTO SUPERIOR DEL PROFESORADO DE SALTA Nro. 6005**

**PLAN PEDAGOGICO: TECNICATURA EN ADMINISTRACION CON ORIET EN COMERCIALIZACION**

**(DESDE EL 16 DE MARZO AL 31 DE MARZO de 2020)**

**ASIGNATURA: FUNDAMENTOS DE MARKETING**

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: PEREZ SAEZ, ADRIANA**

**DIAS: 16,17,23, 24 DE MARZO HORARIO: 20:45 HASTA 22:00**

|  |
| --- |
| **CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR** |
| UNIDAD 11-El intercambio como punto de enfoque. El marketing como filosofía y actividad. El marketing como disciplina. Conceptos centrales de Marketing: Necesidad, Deseos, Demanda.Evolución del Marketing. El concepto de marketing. Aplicación del concepto del marketing. Definición de Marketing |
| **GUIA O ACTIVIDADES** |
| Lea el primer capítulo del libro Fundamento de Marketing y desarrolle las siguientes actividades.Explique el concepto del intercambio, incluyendo las condiciones requeridas para que se produzca, y dé un ejemplo de un intercambio de negocios que no implique dinero y otro de un intercambio que no sea de negocios. 2. Nombre algunas empresas que usted crea que están todavía en las etapas de producto o de ventas en su evolución de marketing. Explique por qué las eligió. 3. Describa de qué manera, en cada uno de los siguientes renglones, se podría ir más allá de una situación de intercambio para establecer una relación con los clientes.a) Minorista en línea de flores recién cortadas b) Empresa de contador(es) público(s) certificado(s)c) Banco de sangred) Concesionario de automóvilese) Universidad f) Fabricante de artículos electrodomésticos 4. Describa la forma en que puede ser diferente la operación de un fabricante de zapatos orientado al producto de la de uno orientado al mercado.5. Porque se justifica la inversión en Marketin? 5. Explique la relación que hay entre los tres elementos que constituyen el concepto de marketing. 6. Busque definiciones de Marketing en la web y determine que los puntos en comunes que tienen.  |
| **BIBLIOGRAFIA** |
|  <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf> |

Se adjunta a la presente material de estudio para el estudiante (de ser necesario).

 **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

 **FIRMA DEL DOCENTE**